

8. Смикиклас М. Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображений: пер. с англ. // М. Смикиклас, пер. А. Литвинов. – СПб. : Питер, 2014. – 152 с.

*Н. Д. Константинова*

### **Эффект сопричастности: о новых кулинарных книгах**

**Аннотация:** работа посвящена вопросам определения и классификации видов инфографики. В результате исследования разработана универсальная классификация, которая может быть использована при создании концепций инфографических проектов различных уровней сложности.

**Ключевые слова:** *инфографика, классификация, визуализация, виды инфографики, информация.*

### **The effect of belonging: new cookbooks**

**Abstract:** the work covers identification and classification of infographic types. The research resulted in a universal classification that can be used in developing of infographic project concepts of various complexity.

**Key words:** *infographics, classification, visualization, types of infographics, information.*

Еще буквально несколько десятков лет назад ассортимент кулинарных книг на полках магазинов не отличался разнообразием: как правило, это были издания, похожие друг на друга по структуре, оформлению и, в общем-то, по содержанию. Такая ситуация имеет социальные и исторические предпосылки. М. А. Литовская, например, в своей статье «Счастье есть: кулинарная книга как жанр новейшей российской словесности» говорит о том, что в советское время ощущался острый дефицит продовольствия, поэтому и упоминания о еде были редки. На страницах поваренных книг, выпущенных в то время, читатель мог найти лишь стандартизированный безликий рецепт, а повествование, по словам автора статьи, велось от некоего «голоса безликого всезнающего профессионального просветителя» [Литовская, 2012: 216].

В конце двадцатого века происходит разгосударствление отечественного книгоиздания, и это приводит к изменениям на книжном рынке. Все чаще возникает потребность в персонализированном (авторском) рецепте с комментариями, связанными с рецептом историями. Поэтому кулинарные книги подвергаются существенным изменениям в отношении содержания и способа подачи информации. Сейчас замечена тенденция повышения популярности относительно недавно сложившегося вида кулинарных книг, жанр которых М. А. Литовская определяет как «кулинарные записки». По мнению исследователя, это особая форма кулинарного искусства, нацеленная на удовлетворение потребностей современного читателя.

На основании собственного анализа, а также данных работы

М. А. Литовской, мы можем выделить следующие особенности, характерные для так называемых «кулинарных записок»: 1) они написаны конкретным реальным автором; 2) кулинарные рецепты в них не являются ядром повествования, а лишь частью содержания; 3) здесь встречаются элементы художественного стиля; 4) как правило, есть предисловие от автора и/или его биография; 5) отчетливо ощутим авторский индивидуальный стиль, манера письма; 6) используются контактоустанавливающие средства, делающие границу между читателем и изображенным в тексте проницаемой.

Таким образом, можно констатировать появление и бурное развитие нового жанра (вида/типа) кулинарных книг, отличающегося от стереотипного, исторически сложившегося ранее справочного издания. Именно поэтому представляется необходимым рассмотреть подобную книгу для выявления наиболее интересных структурных признаков и приемов, отличающих ее от анонимных кулинарных книг, имеющих предписующе-регламентированный («рецептурный») характер.

В качестве материала для анализа выберем «Кулинарную книгу моей прабабушки» Э. Гилберт [Гилберт, 2014]. Уже по внешнему виду издания можно говорить о его оригинальности. Темно-зеленый цвет, приятный материал обложки, шероховатые страницы «под старину», выполненные в бледно-желтой гамме, – все это приятно выделяет книгу среди пестрых изображений готовых блюд, иллюстрирующих большинство других изданий. «Кулинарная книга моей прабабушки» содержит предисловие, в котором Э. Гилберт позиционирует себя как издатель, тогда как автором основной части, по словам писательницы, является ее прабабушка Джима. Из вводных глав, а также после знакомства с дальнейшим содержанием читателю открывается биография М. Я. Поттер, чьи рецепты и секреты технологии приготовления описаны на страницах книги. Сама Э. Гилберт восхищается как личностью прабабушки, так и ее писательским талантом. Это не просто методическое объяснение техники приготовления пищи, – книга, по ее словам, «местами похожа на поэтический сборник» [Гилберт, 2014: 32].

Отметим также, что благодаря форме доверительной беседы, которую принимает текст, создается впечатление, будто сама Джима ведет диалог с читателем, живой и непринужденный. Автор задействует особые средства диалогизации, характерные больше для устного общения. С описанием приготовления блюд соседствуют многочисленные отступления. Разговорный тон тексту придают не только явные обращения к читателю, вроде подобной ситуации, где описывается приготовление хлеба: «Теперь расслабьтесь. Сядьте, закурите сигаретку»; «Докурили? Пора продолжать. Правда, весело?»; «И если вы сможете удержаться и не отрезать большой теплый ломоть, не намазать его тут же толстым слоем сливочного масла, то я была о вас лучшего мнения» [Гилберт, 2012: 190–192]. Кроме того, автор включает в содержание рецепта юмористические вставки, описывая курьезные ситуации: «Возможно, вам покажется, что луковый вкус у этого супа несколько больше выражен <...> однако, как сказала одна рассерженная старушка, когда к ней подошла незнакомка на улице и шепнула,

что из-под юбки видна комбинашка, “мне так нравится”» [Гилберт, 2012: 50]. Все эти приемы создают особый эффект совместного (автора и читателя) действия или «сотрапезничества» – термин, введенный И. В. Сохань [Сохань, 2014: 90] в ее работе «Визуальные репрезентации гастрономической культуры». Именно сопричастность читателя к описываемой в книге ситуации и является предметом нашей статьи как наиболее интересное явление нового вида кулинарной книги.

В статье И. В. Сохань фиксирует возросшую потребность современного человека в зрительных образах, отчего меняется как структура кулинарных рецептов, так и их подача. Визуального становится больше, чем вербального. Исследователь связывает это с тем, что описание приготовления блюда теперь не воспринимается как экспертное знание – теперь это прежде всего передача чужого телесного опыта через его образ. Именно визуальный ряд, по мнению автора, «побуждает присоединиться и разделить» [Сохань, 2014: 92]. Такова суть так называемого «сотрапезничества». Более того, отмечается необходимость в проводнике – реальном человеке, который не просто выступит в качестве знающего эксперта, но и пригласит вместе что-нибудь приготовить. Так новый жанр кулинарного издания отвечает запросам современного читателя и создает впечатление вовлеченности в процесс, моделирует ситуацию непосредственного общения и совместного действия с автором.

Подобный эффект в издании Э. Гилберт достигается с помощью разнообразных приемов. В частности, примерить на себя роль ученика опытного кулинара Джимы позволяет имитация беседы, в форме которой выражена вся книга. Доказательством того, что автор ведет именно диалог с читателем, то есть претендует на ответную реакцию, а не просто излагает материал, является использование в тексте риторических средств воздействия на слушателя, применяемых в практике ораторского искусства. В исследуемой книге мы обнаружили целый перечень подобных примеров. Это, безусловно, свидетельство того, что автору важно создать имитацию беседы и таким способом заинтересовать читателя. Приведем примеры некоторых случаев употребления подобных средств в тексте.

Это, во-первых, детали, создающие образность и наглядность при восприятии текста: «Кофе в термосе, пирог – и мы готовы были уплыть на весь день на взятой напрокат моторной лодке» [Гилберт, 2014: 31]; «Стоило стихнуть звону ржавого колокольчика на входной двери, как на пороге заваленного хламом чулана при лавочке, где обитала синьора в окружении бутылок красного вина, банок с домашней томатной пастой и бесчисленных родственников, возникали ее бусинки-глазки и беззубая улыбка» [Там же, 2014: 74]. Все это позволяет читателю воссоздать в своем воображении художественный мир Джимы, в котором она жила, представить его элементы (дом, окружение, образ жизни, продукты питания) зримым в своем воображении.

Еще одним важным средством установления связи с читателем являются небольшие фрагменты-воспоминания о пережитом, вставленные в речь анекдоты. Этот прием, наряду с рецептами, занимает, пожалуй, главное место

в повествовании. Джима предваряет главы описаниями событий своей семьи, историями других людей, личного опыта: «Иногда наши друзья, живущие в пригороде или в другом городе, считали нас негостеприимными хозяевами, если в ответ на их неожиданные звонки по телефону мы не бросались сразу приглашать их на ужин. Наученные горьким опытом, мы стали отвечать, что на ужин у нас сегодня телячьи мозги, – и никто уже не рвался к нам в гости» [Там же, 2014: 79–80]; «А лучшие в мире итальянские спагетти я ела, как ни странно, на деревенской ярмарке в Огайо, под белым навесом, стратегически расположенным между палаткой для игры в бинго и презентацией кухонных приборов. Каждый день мы исправно возвращались на ярмарку ради этих трех аттракционов» [Там же, 2014: 94]. Таким образом, читателя будто пускают в узкий круг, доверяют семейные тайны, что, безусловно, вызывает ответные чувства с его стороны.

К диалогическим средствам относятся также высказывания, содержащие призыв (причем весьма специфический, разговорный): «Только умоляю – не покупайте уже готовые, неизвестного происхождения котлеты в мясной кулинарии!» [Там же: 63], «Поэтому готовьте, как привыкли, уверенно и без оговорок» [Там же: 95]; «А ведь печь хлеб так здорово!» [Там же: 89].

Подобные примеры иллюстрируют установку издания на контакт с читательской аудиторией, когда автору важно остаться не только услышанным, но и побудить к действию.

Такой эффект сопричастности, создаваемый благодаря приведенным выше приемам, устанавливает проницаемые границы между читателем и повествователем. Доверительный тон, юмористические комментарии, вовлечение в жизнь другой семьи, слова одобрения и побуждения дают понять: готовить вместе проще и интереснее. Читатель чувствует присутствие опытного наставника, некого гуру, под чутким руководством которого процесс приготовления становится доступным для каждого. В лице Джимы смоделирован образ, соединяющий одновременно и профессионализм, и общительный, открытый, веселый нрав, располагающий к себе. Обрамляя рецепты биографическими вставками, интересными историями, образными оборотами, автор имитирует акт совместного нахождения у плиты, будто приглашая скорее на беседу, нежели на процесс готовки, который осуществится между делом. Именно в такой обстановке, непринужденной и увлекательной, готовить легко. Так читатель и автор разделяют кулинарный практический опыт, вместе готовят и вместе трапезничают, становятся участниками единого процесса.

Отметим и более глубокие основания эффекта сопричастности. Акт совместного поедания какой-либо пищи имеет очень древние корни и отражен в мифах. Когда люди поклонялись идолам и избирали себе тотемом какое-либо животное, они верили, что употребление в пищу его плоти уподобляется акту возрождения этого животного, после чего приобретается жизненная сила. Факт разделения священной еды с кем-то «чужим», например, не членом семьи или общины, можно считать обрядом вхождения чужака в «свой» круг; это наивысшая степень проявления доверия.

О таком необычном феномене еды писал В. Я. Пропп в своей работе

«Исторические корни волшебной сказки» [Пропп, 2009]. В главе третьей («Напоила – накормила») говорится о том, что по канонам сказки герой зачастую встречается на своем пути Бабу Ягу. Он не спешит рассказывать ей, куда держит путь, а прежде всего требует покормить себя. По мнению В. Я. Проппа, таким образом герой попадает в потусторонний мир. Вкушая еду из мертвого царства, он сам становится его частью. В египетской мифологии при совершении заупокойного культа жрец выступал в качестве заместителя мертвеца и должен был съесть еду, разложенную на столе. Так, верили египтяне, пища «отверзает уста» [Мифы народов мира, 2008: 157] мертвого, который при этом превращается в дух. Таким образом, поедание пищи оказывается способом общения к чужому миру, к чужому тотему и племени.

Смеем предположить, что подобное мифологическое толкование еды косвенно заложено и в феномене «сотрапезничества» в новых кулинарных книгах. Вовлекая читателя в свой мир, автор приглашает составить компанию в приготовлении пищи, побеседовать, т. е., фактически, позволяет приобщиться к своей жизни, разделить ее с читателем, стать с ним единым целым. Оба субъекта – повествователь и читатель – оказываются в одном пространстве, говорят на равных и тем самым лучше понимают друг друга. Такой эффект сопричастности способствует погружению в текст и способствует его наилучшему восприятию.

### **Список литературы**

1. Гилберт Э. Кулинарная книга моей прабабушки. Книга для чтения и наслаждения / Э. Гилберт, М. Я. Поттер. – М. : РИПОЛ классик. – 2014. – 336 с.
2. Литовская М. А. Счастье есть: кулинарная книга как жанр новейшей российской словесности / М. А. Литовская // Культ-товары-XXI: ревизия ценностей (масскультура и ее потребители) : коллектив. моногр. / под общ. ред. И. Л. Савкиной, М. А. Черняк, Л. А. Назаровой. – Екатеринбург ; СПб. ; Тампере : Ажур, 2012. – С. 215–225.
3. Мифы народов мира : энциклопедия. В 2 т. Т 1. / гл. ред. С. А. Токарев. – М. : Дрофа, 2008. – 672 с.
4. Пропп В. Я. Исторические корни волшебной сказки / В. Я. Пропп. – М. : Лабиринт, 2009. – 336 с.
5. Сохань И. В. Визуальные репрезентации гастрономической культуры / И. В. Сохань // Праксема. – 2014. – № 1 (1). – С. 88–96.

***Е. В. Макарова***

### **Корпоративные издания: понятийный аппарат**

**Аннотация:** в статье представлен анализ определений «корпоративное издание». Полученные результаты отражают достоинства и недостатки предложенных определений.

**Ключевые слова:** *корпоративная газета; коммуникация; организацион-*